



Prénatal sceglie Mapp per monitorare, personalizzare e ottimizzare il customer journey multicanale

La suite Mapp Cloud supporterà l'azienda nella gestione e profilazione dei clienti e nell'orchestrazione di campagne di marketing automation su tutti i canali digitali

Milano, 04/03/2021 – **Prénatal**, storico marchio che da più di 50 anni è punto di riferimento per tutte le famiglie, con un assortimento delle migliori marche e un'ampia offerta di abbigliamento tecnico per le neomamme e «a misura» per neonati e bambini, ha scelto **Mapp** come fornitore per monitorare, personalizzare e massimizzare le proprie azioni di marketing volte a migliorare la relazione con i propri clienti su tutti i touchpoint.

La scelta di utilizzare Mapp Cloud, suite di marketing digitale che coniuga gli insight in tempo reale sui clienti e la marketing automation multicanale, è stata dettata dalla facilità di utilizzo della piattaforma e dalla sua completezza in termini di funzionalità, specialmente per quanto riguarda la possibilità di attivare campagne marketing automatiche, personalizzate e su molteplici canali, grazie ai customer insight generati dall'analisi dei dati di proprietà di Prénatal, senza dipendere da altri fornitori. L'uso di dati di prima parte permetterà di ricreare in modo semplice la visione unica del cliente, ossia l'integrazione, la visualizzazione e la capacità di usare tutti i dati e gli eventi relativi al comportamento e alle preferenze di navigazione dei clienti per personalizzare la loro esperienza di contatto e acquisto. La profilazione molto più approfondita e accurata degli utenti anonimi e conosciuti porta conseguentemente a una comunicazione più contestuale e pertinente lungo l'intero funnel di vendita.

La scelta è stata dettata anche dall'importante ruolo che gioca il team di supporto clienti di Mapp, sia in termini di soluzione delle problematiche, sia in termini di consulenza sulle best practice per l'implementazione e l'attuazione di una strategia di marketing digitale efficace. Questa competenza viene vista come un importante asset aziendale che Mapp trasferisce a Prénatal rendendo il cliente sempre più autonomo nello svolgimento del proprio lavoro. A fronte della possibilità di essere più autonomi nella gestione delle campagne, dell'ampia gamma di servizi offerti e dell'elevata praticità di utilizzo della suite, Prénatal ha deciso di sostituire il precedente fornitore.

“La centralizzazione del dato e la visione unica del cliente sono le nostre priorità per migliorare le attività marketing quotidiane. Abbiamo scelto Mapp Cloud perchè ci consente di raggiungere gli obiettivi di customer engagement e fatturato in maniera rapida e semplice, ottimizzando le modalità di comunicazione con i clienti sui diversi touchpoint digitali e rafforzando così il loro legame con il nostro brand.” ha commentato **Marco Massara, Chief Digital Officer & CRM di Prénatal Retail Group**.

“Siamo orgogliosi di annoverare Prénatal tra i nostri clienti e siamo impazienti di ripagare la fiducia nella tecnologia di Mapp e nel nostro team di esperti. I progetti di ottimizzazione dell'intero customer journey omnicanale sono la base per instaurare una relazione 1:1 con ciascun cliente e noi siamo a disposizione per fornire tutto il supporto necessario affinché questo avvenga celermente e nel migliore dei modi.” ha concluso **Maurizio Alberti, VP Global Sales di Mapp**.



Informazioni su Mapp

Marketer e data specialist dovrebbero potersi occupare di ciò che fa la differenza per il loro business invece di passare il tempo a lottare contro la tecnologia di cui fanno uso. Con la piattaforma di customer engagement Mapp Cloud basata sugli insight possono focalizzarsi sulle cose importanti ed entusiasmanti del proprio lavoro. Grazie alla customer intelligence e ai marketing analytics le imprese possono accedere facilmente a customer insight derivanti dall'analisi dei dati attraverso tutti i canali per avviare attività di marketing altamente personalizzate. I clienti possono beneficiare di modelli di previsione supportati dall'Intelligenza Artificiale per sviluppare campagne cross-canale mirate e che si ottimizzano automaticamente. Si possono inviare messaggi automatizzati attraverso i canali di marketing più adatti, ottimizzando la frequenza di contatto. Grazie ad una personalizzazione sempre più elevata si può ottenere il più alto livello di engagement e la fidelizzazione del cliente a lungo termine.

Mapp ha uffici in 7 Paesi. Con la sua piattaforma di marketing digitale assiste più di 3.000 aziende nel mondo a riscoprire opportunità mancate rendendosi più rilevanti rispetto ai competitor. Fra i clienti di Mapp spiccano Expert, Mediaset, Rai, Il Sole 24 Ore, Grandi Navi Veloci, La Martina, Italiaonline, Leroy Merlin e molti altri.

Contatti stampa:

Agenzia di PR: Martinengo & Partners Communication

Cinzia Martinengo

02 4953 6650

cinzia.martinengo@martinengocommunication.com

www.martinengocommunication.com

Contatti Mapp:

Giorgia Bellato – Field Marketing Manager

02 3087 620

giorgia.bellato@mapp.com

www.mapp.com